نموذج الجذب والاحتفاظ والمكافأة

نموذج الجذب والاحتفاظ والمكافأة إطارٌ بسيط **لجذب الانتباه والحفاظ عليه وتحويله إلى ارتباطٍ دائم**. وله ثلاث مراحل: أولاً **تجذب** انتباه الناس، ثم **تحتفظ** باهتمامهم بالبقاء مرتبطاً بما يهمهم ومفيداً لهم، وأخيراً **تكافئ** جهودهم حتى يبقوا مرتبطين مع مرور الوقت. ويستطيع القادة والمدربون ومقدّمو العروض استخدامه في الاجتماعات، والجلسات التدريبية، والعروض التقديمية، والتوجيه اليومي.

لماذا يهمّ هذا النموذج؟

الانتباه من أندر الموارد في بيئة العمل. فالناس يدخلون الاجتماعات وبريدهم ممتلئ وأذهانهم مشغولة، وخلال دقائق يتفقد كثيرٌ منهم هواتفهم أو يشرد ذهنهم بهدوء. وتفشل أفكارٌ جيدة لا لأنها خاطئة، بل لأن أحداً لم يكن يستمع حقاً. ويمنح هذا النموذج القادةَ بنيةً بسيطة: ابدأ بقوة، واستمر في تقديم القيمة، وقدّر الجهد الذي يبذله الناس. وكل مرحلةٍ تبني على التي قبلها.

1. الجذب

الجذب هو **اللحظة الافتتاحية التي تلفت الانتباه وتثير الفضول**. ومن دونه، يبتعد الناس قبل أن تبدأ الرسالة الحقيقية. ويجب أن يكون الجذب القوي مرتبطاً برسالتك ومناسباً لجمهورك؛ فهو أشبه بالسطر الأول في قصةٍ جيدة.

ثلاث طرقٍ بسيطة لصنع الجذب:

- **اطرح سؤالاً:** "ماذا لو استطعنا رفع كفاءتنا بنسبة 30% دون العمل ساعاتٍ أطول؟"
- **شارك حقيقةً مفاجئة** تتحدى ما يعتقده الناس.
- **احكِ قصةً قصيرة** عن تغييرٍ صغير أحدث فرقاً كبيراً.

مثال: يفتتح مدرّب سلامة جلسته بصورةٍ لحادثٍ كاد يقع في المبنى نفسه الشهر الماضي.

2. الاحتفاظ

بعد أن تجذب الانتباه، تأتي المرحلة الثانية: **الحفاظ عليه**. فالاهتمام يتلاشى سريعاً ما لم يستمر الناس في رؤية القيمة. ركّز على الفوائد الواضحة، وأجب عن السؤال الذي يطرحه كل مستمع: "ما الفائدة التي تعود عليّ؟"

أساليب تساعد على ذلك:

- **أمثلةٌ حقيقية وقصصٌ قصيرة** تُظهر الرسالة وهي تُطبَّق.
- **التفاعل:** أسئلةٌ واستطلاعات وأنشطةٌ قصيرة ونقاشات تجعل الناس يفكرون ويعملون.
- **الإيقاع:** قسّم المحتوى إلى خطواتٍ صغيرة وواضحة، واترك مساحةً للتأمل بدلاً من إغراق الناس بالمعلومات.

مثال: بدلاً من عرضٍ من 40 شريحة، يستخدم مديرٌ خمس شرائح، ودراستي حالةٍ قصيرتين، وتمريناً جماعياً مدته عشر دقائق.

3. المكافأة

المرحلة الثالثة هي **تقدير الجهد والإنجاز** وتعزيز السلوك الذي تريد رؤيته. فعندما يرى الناس أن جهدهم ملحوظ، يصبحون أكثر ميلاً لتكراره.

- **مكافآتٌ داخلية:** الرضا، والفخر، والتعلم، والنمو الشخصي.
- **مكافآتٌ خارجية:** المكافآت المالية، والهدايا، والحوافز الملموسة الأخرى.

وتنجح المكافآت عندما تناسب ما يحفّز كل شخص: التقدير اللفظي أمام الفريق، أو المكافآت المالية أو المادية، أو فرص النمو مثل ورشة عمل أو قيادة مشروعٍ جديد، أو مزيدٍ من الاستقلالية والمرونة.

مثال: بعد مشروعٍ ناجح، يشكر القائد كل مساهمٍ باسمه في اجتماع الفريق، ويكلّف أكثر الأعضاء تفاعلاً بقيادة مشروعٍ جديد.

تطبيق النموذج في العمل

- **الاجتماعات:** ابدأ بسؤالٍ أو حقيقة، واجعل جدول الأعمال قصيراً وتفاعلياً، واختم بتقدير المساهمات.
- **التدريب:** ابدأ بمشكلةٍ حقيقية، واستخدم التطبيق العملي والنقاش، واحتفِ بالتقدم.
- **برامج التغيير:** اجذب الناس بسبب التغيير، واحتفظ باهتمامهم بتحديثاتٍ منتظمة ومفيدة، وكافئ من يتبنونه مبكراً.
- **التوجيه:** ابدأ بهدف الشخص، وحافظ على تركيز الحوار، وقدّر الخطوات الصغيرة إلى الأمام.

أخطاء شائعة يجب تجنبها

- استخدام جذبٍ ذكي لا علاقة له بالرسالة.
- محاولة الحفاظ على الانتباه بكمٍّ كبير من المعلومات حتى ينصرف الناس.
- نسيان المكافأة، فيتوقف الناس عن بذل الجهد الإضافي.
- استخدام المكافأة نفسها للجميع بغض النظر عما يحفّزهم.
- التعامل مع المراحل الثلاث بشكلٍ منفصل بدلاً من ربطها معاً.

قياس الأثر

- **المشاركة:** عدد الأسئلة والتعليقات والمساهمات في الجلسات.
- **الانتباه:** عددٌ أقل ممن يتفقدون هواتفهم أو يغادرون مبكراً.
- **التعلم:** نتائج الاختبارات القصيرة أو المهام اللاحقة.
- **الارتباط:** تقييمات المشاركين بعد الاجتماعات والتدريب.

حقوق الطبع والنشر محمية © - أكاديمية أساسيات (شركة أساسيات للخدمات الاستشارية)

- **السلوك:** مدى تكرار السلوك الذي تمت مكافأته.

مثال: تحسين النتائج الفصلية

أرادت مديرة مبيعات أن يحسّن فريقها نتائجه الفصلية. ولـ**الجذب**، افتتحت الاجتماع بحقيقةٍ لافتة: فقد نما منافسان بضعف سرعة الفريق في السوق نفسها. ولـ**الاحتفاظ**، أدارت جلسةً تفاعلية درست فيها مجموعاتٌ صغيرة بيانات العملاء واقترحت حلولاً لأكبر ثلاث مشكلات. ولـ**المكافأة**، وعدت بتقديرٍ علني ومسؤولياتٍ جديدة عند تحقيق الأهداف، ووفت بوعدها في نهاية الفصل. فتجاوز الفريق هدفه، وأصبحت أفكار الجلسة جزءاً من الخطة الإقليمية.

قائمة تحقق سريعة

- هل تلفت بدايتي الانتباه وترتبط بالرسالة؟
- هل أجبت عن سؤال "ما الفائدة التي تعود عليهم؟"
- هل يوجد ما يكفي من التفاعل والأمثلة والتوقفات؟
- كيف سأقدّر جهود الناس؟
- هل تناسب المكافأة ما يحفّز كل شخص؟

أهم الدروس

- للنموذج ثلاث مراحل: الجذب، والاحتفاظ، والمكافأة.
- يجب أن يكون الجذب مرتبطاً بالرسالة ومفاجئاً ومناسباً للجمهور.
- حافظ على الانتباه بالقيمة والأمثلة والتفاعل والإيقاع الجيد.
- قد تكون المكافآت داخلية أو خارجية، وتنجح أكثر عندما تناسب الشخص.
- اربط المراحل الثلاث معاً، وستدعم كل مرحلةٍ المرحلة التي تليها.

حقوق الطبع والنشر محمية © - أكاديمية أساسيات (شركة أساسيات للخدمات الاستشارية)